

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire : Le cas de la wilaya de Bejaia

Innovation practices in the agri-food sector: The case of the wilaya of Bejaia

Traki Dalila^{1*}, Boukrif Moussa²

¹ Université Abderrahmane Mira Bejaia , Algérie, dalila.traki@univ-bejaia.dz

² Université Abderrahmane Mira Bejaia , Algérie, moussa.boukrif@univ-bejaia.dz

Reçu le:13/03/2022

Accepté le:12/05/2022

Publié le:20/05/2022

Résumé : Résumé

L'activité d'innovation revêt comme le souligne Boly. V(2004) une dimension stratégique étant donné qu'elle détermine la capacité de l'entreprise à faire face à ses concurrents et d'augmenter sa part de marché. Dans une économie mondialisée, les entreprises algériennes n'ont guère le choix. Elles sont condamnées d'innover si -elles veulent rester compétitives et pouvoir faire face à la concurrence des firmes étrangères notamment avec l'adhésion de l'Algérie à l'OMC.

Notre étude s'inscrit justement dans cette problématique. Elle consiste à s'interroger sur les pratiques d'innovations dans les entreprises agroalimentaires de la wilaya de Bejaia.

Pour répondre à notre problématique, nous avons effectué une enquête au près de 18 entreprises situées dans les zones de la wilaya de Bejaia. Notre étude nous a permis de constater que l'innovation dans ces entreprises reste marginale. Les entreprises qui disposent de laboratoire d'analyse, limitent leurs activités au contrôle de conformité, hygiène et analyse de la qualité.

Mots clés : Innovation, Pratiques d'innovation, Agroalimentaires, Bejaia, MPE.

Abstract: Unbeknownst to our empirical study carried out with 18 companies located in the areas of the wilaya of Bejaia, we concluded that innovation is a complex and conversational process in which a multitude of actors intervene. These companies lag behind in terms of innovation.

To achieve innovation, it is also necessary to know how to manage knowledge well and this requires the implementation of a good knowledge management system in order to ideally generate new ideas, which can then

lead us to innovate. It is also fundamental to circulate the sharing of new knowledge in order to encourage the generation of ideas and creativity; the latter is the very essence of innovation.

Keywords: Innovation, Innovation practices, Agribusiness, Bejaia.

**Auteur correspondant*

1. Introduction

L'innovation a pris une place centrale dans l'analyse économique depuis les travaux de Joseph A. Schumpeter, mais surtout dans les développements de l'analyse de la dynamique économique, notamment dans les théories de croissance endogène (Aghion P, 2002, p 459–486).

L'innovation est un élément dans l'évolution des PME par son rôle stratégique de facilitateur d'entrée dans un nouveau marché et de repositionnement dans un marché déjà exploré. Elle est aussi, le processus qui permet le changement dans le potentiel social et économique d'une entreprise, en permettant la génération de valeur et de richesse (Drucker, 1987). Dans les grandes entreprises les dirigeants reconnaissent généralement l'importance de l'innovation et cherchent à la susciter parmi leurs salariés. Les entreprises évoluent de plus en plus dans des environnements où les avancées technologiques et l'innovation sont des facteurs essentiels pour l'obtention d'avantages concurrentiels. Pour tous les pays, l'innovation est devenue une préoccupation majeure, et des mesures et des politiques sont arrêtés pour la mise en place d'un système national d'innovation.

L'objectif que nous poursuivons est d'identifier et d'analyser les pratiques d'innovation dans le secteur agroalimentaire. A ce propos, *comment ces entreprises agroalimentaires devraient adopter cette innovation et quels seraient les changements qui devraient être opérés face à cette nouvelle donnée ?* À cette question centrale, se greffent d'autres questions subsidiaires :

- Comment les entreprises du secteur agroalimentaire innovent ses pratiques ?
- Quelle est l'innovation utilisée par les entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia ?

Dans le but de répondre à cette question principale nous avons traité les axes suivants :

- **Revue de littérature sur l'innovation ;**
- **Méthodologie de recherche ;**
- **Analyse et discussion des résultats**

2. Revue de littérature sur l'innovation

Le concept d'innovation est utilisé dans le cadre de situations très diverses et variées, y compris à l'intérieur des champs disciplinaires ou des écoles de pensée. C'est principalement l'environnement des entreprises, de plus en plus incertain et complexe, avec un rythme de changement en accélération, qui contraint les firmes à innover pour rester compétitives.

Nous nous situons dans cette ligne de pensée et c'est pourquoi nous nous proposons d'apporter des éléments permettant d'éclairer ce domaine de recherche sur l'innovation.

Le caractère polysémique du terme est à la source de confusions liées à son usage. Le sens commun porte sur la description d'un objet ou d'une pratique caractérisés par leur nouveauté.

La littérature en sciences de gestion montre que le construit de l'innovation constitue une préoccupation majeure tant pour les chercheurs que pour les praticiens en stratégie et management des organisations. Plusieurs auteurs ont défini l'innovation selon différentes acceptions, depuis les travaux de Schumpeter.

Dans l'analyse économique classique, innovation, synonyme du progrès technique, est réduite à une dimension technique. Schumpeter différencie l'innovation de l'invention, dans le sens où sa validation par le marché et son utilisation conduisent un changement économique et social d'une manière radicale ou progressive (Schumpeter.J.A, 1999, pp. 25-47). Schumpeter voit que le capitalisme est une dynamique composée de mouvements longs, de cycles de croissance et de crises qui se succèdent. Schumpeter voit que le capitalisme est une dynamique composée de mouvements longs, de cycles de croissance et de crises qui se succèdent. Il est également à l'origine du concept de destruction créatrice. Autrement dit, la création de nouvelles technologies, radicales, vient détruire les

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire Le cas de la wilaya de Bejaia

précédentes en les remplaçant. Le professeur autrichien constate que les innovations apparaissent par grappes (clusters), avec des modifications incrémentales successives. Un progrès technique, technologique ou scientifique, par exemple, permet d'innover radicalement. Ce changement s'accompagne d'autres solutions innovantes qui se développent en simultané. Ces travaux, et notamment ce principe des degrés dans le processus d'innovation. Or c'est précisément l'innovation, définie comme un processus de destruction-créatrice, qui constitue le moteur de cette dynamique (Sander.A, 2005, p. 253).

Toutefois, bon nombre d'auteurs sont en unanimité sur le fait que l'innovation a une finalité commerciale et est synonyme de nouveauté. A titre d'exemple, Garcia et Calantone (Garcia et Calantone 2002 , p 110-132), proposent la définition suivante, laquelle permet de comprendre l'idée générale du concept d'innovation : « *L'innovation est un processus itératif initié par la perception d'une nouvelle opportunité de marché ou de service pour une innovation technologique conduisant à des activités de développement, de production et de marketing et visant le succès commercial de l'invention* ».

Cette définition se concentre essentiellement sur l'innovation technologique. Donc elle se base sur l'étude de l'innovation technologique (Freeman .C, 1991, pp. 303-314). Pourtant, l'innovation peut également porter sur l'organisation ou le marketing. Cette définition est par conséquent restrictive.

2.1. Les catégories d'innovation

Selon le Manuel d' Oslo, (2002), l'innovation c'est "*la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou relations extérieures*".

Cette définition renvoie à quatre principaux types d'innovation :

➤ **Innovation de procédé** : Elle correspond à la mise au point ou bien à l'utilisation de méthodes nouvelles de production ou de distribution. Ces

méthodes impliquent des modifications sur les techniques et les équipements utilisés pour produire des biens ou des services, par contre, les méthodes de distribution sont, elles liées à la logistique de la firme et englobent le matériel, les logiciels et les techniques pour aller chercher les intrants à la source, affecter les approvisionnements au sein de la firme ou livrer les produits finaux.

➤ **Innovation de produit** : correspond à « *l'introduction d'un bien ou d'un service nouveau ou sensiblement amélioré sur le plan de ses caractéristiques ou de l'usage auquel il est destiné* ». Le concept de produit inclut à la fois les biens (produits tangibles) et les services (produits intangibles). L'innovation de produit a un impact considérable sur la croissance des ventes et l'amélioration de la rentabilité de l'entreprise (Rahmouni.M, 2011, pp. 22-28).

L'innovation produit est la catégorie la mieux documentée dans la littérature. Les deux composantes de base en sont l'invention et le marché, et l'innovation naît de la rencontre des deux. L'invention (sur les caractéristiques technologiques ou fonctionnelles) est, en elle-même, insuffisante : pour qu'elle devienne innovation, elle doit déboucher sur un marché, c'est-à-dire être commercialisée, diffusée ou intégrée dans les usages. Dès le début du 20^e siècle, Schumpeter (Schumpeter.J.A, 1939) définissait l'innovation comme le premier usage commercial d'un produit qui n'a jamais été exploité auparavant. Duchamp (Duchamp.R, 1999) propose un critère de reconnaissance économique pour qu'une invention puisse être qualifiée d'innovation (« ce qui valide l'innovation et la justifie, c'est qu'elle se vende »), ce qui est également la vision de Perrin (Perrin.J, 2001), pour qui l'innovation est un fait économique, contrairement à l'invention. D'autres auteurs (Akrich.M; Callon. M; Latour.B, 1998, pp. 4-17) retiennent quant à eux un critère d'usage, l'innovation nécessitant la sanction positive de l'utilisateur.

➤ **Innovation organisationnelle** : selon la définition du Manuel d'Oslo, elle correspond « *aux nouvelles formes d'organisation du travail, les systèmes de gestion des connaissances, les méthodes de mobilisation de la créativité des travailleurs, ainsi que les nouvelles*

formes de relations entre les entreprises et leur environnement économique ». Elle se démontre à travers les individus, les équipes et la gestion et permet la formation d'une culture innovatrice, ainsi que la réceptivité interne globale de nouvelles idées (Wang. C. L ; Ahmed, P. K., 2004, pp. 674-688).

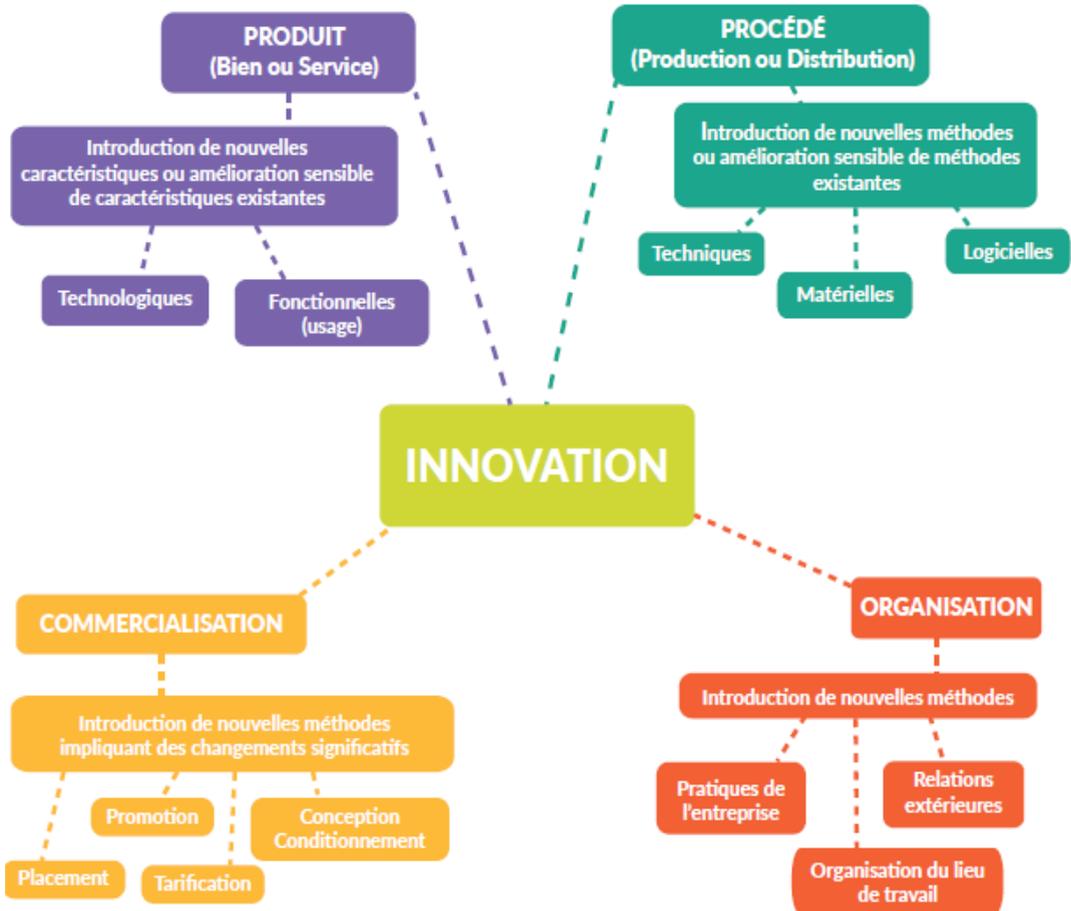
Donc, elle repose sur un changement dans les pratiques de l'entreprise, dans l'organisation du lieu de travail ou dans la manière dont les relations extérieures sont gérées. Dans les anciens modèles de l'innovation, le changement organisationnel était vu comme une réaction face au progrès technique. Aujourd'hui, au contraire, l'innovation organisationnelle tend à être considérée comme un préalable à l'innovation technologique. La formation des salariés, la distribution des responsabilités et la structuration de la prise de décision, ou encore l'intégration de partenaires ou de clients dans les processus de l'entreprise sont des exemples d'innovation organisationnelle.

➤ **Innovation de commercialisation** : se réfère à « *L'adoption d'une nouvelle méthode de commercialisation pouvant se traduire par des changements significatifs dans la conception, le conditionnement, le placement, la promotion ou la tarification d'un produit* ». L'objectif vise par les entreprises en adoptant une innovation commerciale est de mieux satisfaire les besoins des consommateurs, d'ouvrir de nouveaux marchés ou de positionner d'une manière nouvelle leurs produits sur le marché afin d'augmenter leur chiffre d'affaires. Cette forme d'innovation est fortement liée à l'innovation de produit puisque les nouvelles méthodes de commercialisation et les études de marchés sont des facteurs propices à la réussite du développement ou du lancement de nouveaux produits.

Donc, elle est liée à la mise en œuvre d'une nouvelle méthode changeant de façon significative la conception ou le conditionnement des produits, leur placement sur le lieu de vente, leur mode de promotion ou encore leur tarification (OCDE et Statistical Office of the European Communities). Par exemple, un changement de forme ou d'aspect du produit, sans modification des caractéristiques technologiques ou

fonctionnelles, est une innovation de commercialisation. L'introduction de la vente en ligne dans une entreprise qui ne la pratiquait pas jusqu'alors en est une également.

Figure N° 1 : Les typologies d'innovation



Source : Construite à partir des définitions du Manuel d'Oslo (OCDE, 2002).

Les quatre catégories d'innovation contribuent toutes, de façon complémentaire, à l'amélioration des performances de l'entreprise. Cependant, de l'extérieur de l'entreprise, la catégorie d'innovation la plus

visible, celle qui participe en général le plus à l'image de marque, reste l'innovation de produit.

2.2 .Les pratiques d'innovation dans une entreprise

La source d'innovation n'est pas seulement liée à la recherche développement mais elle peut être une nouvelle combinaison de technologies existantes ou l'acquisition de nouvelles technologies, mais également une activité d'organisation des ressources.

Les pratiques d'innovations peuvent se définir selon le Manuel de Frascati de l'OCDE (Manuel de Frascati, 2002, page 19) comme *« l'ensemble des démarches scientifiques, technologiques, organisationnelles, financières et commerciales, y compris l'investissement dans de nouvelles connaissances qui mènent ou visent à mener à la réalisation de produits et de procédés technologiquement nouveaux ou améliorés. La RD n'est que l'une de ces activités et peu être réalisée à différents stades du processus n'est que l'une de ces activités et peu être réalisée non seulement comme source d'idée inventives mais aussi pour résoudre les problèmes qui peuvent surgir quelle étape jusqu'à la réalisation »*.

L'innovation peut prendre différentes formes et aboutir à différents résultats. Nous pouvons distinguer plusieurs pratiques selon la nature d'innovation (Heraud J.A; Lachmann. J, 2015, p.15):

1. Innovation en matière de produits et de performances des produits : Soit un nouveau produit est développé, soit la performance d'un produit existant est améliorée. Ce type d'innovation est très courant dans le monde des affaires.

2. Innovation technologique : Les nouvelles technologies peuvent également être à l'origine de nombreuses autres innovations. Le meilleur exemple est l'Internet, qui était en soi une innovation mais qui a également conduit à d'autres innovations dans divers domaines.

3. Innovation en matière de modèle d'entreprise : Bon nombre des entreprises les plus prospères du monde ont réussi à innover leur modèle commercial. L'utilisation de différents canaux, technologies et nouveaux marchés peut conduire à de nouveaux modèles d'entreprise possibles, capables de créer, de fournir et de capter de la valeur pour le client. Les écosystèmes numériques sont un exemple bien connu d'innovation utilisant plusieurs technologies et créant un tout nouveau type d'entreprise.

4. Innovation organisationnelle : La gestion et le partage des ressources d'une nouvelle manière peuvent également constituer une innovation. Il est ainsi possible d'utiliser les ressources et les actifs d'une manière totalement nouvelle.

5. Innovation dans les processus : L'innovation dans les processus peut améliorer l'efficacité ou l'efficacité des méthodes existantes. Les innovations de processus possibles concernent la production, la livraison ou l'interaction avec le client.

6. Marketing / Ventes – Innovation dans les nouveaux canaux : Nouvelles méthodes pour capter et retenir l'attention des clients. Soit par l'utilisation de concepts de marketing/vente innovants, soit par l'utilisation de nouveaux canaux pour l'acquisition/la vente de clients.

7. Innovation de réseau : En connectant différents groupes et parties prenantes, il peut être possible de créer une valeur supplémentaire. Ce type d'innovation est très courant en raison de l'utilisation des services TIC.

8. Engagement / rétention des clients : Concepts novateurs qui tentent d'accroître l'engagement des clients et de les fidéliser. L'objectif est d'avoir des modèles innovants pour garder les clients « verrouillés » ou engagés.

3. Méthodologie de recherche

La méthodologie de ce travail se reposera sur un questionnaire exhaustif s'adressant aux chefs d'entreprises agroalimentaires. Pour répondre à l'objet de notre travail, nous avons réalisé une enquête individuelle, par la distribution et la collecte des questionnaires, par nous-même, auprès de 28 entreprises agroalimentaires dans la wilaya de Bejaia (Algérie). Elle a été lancée le 12 septembre 2020 et a pris fin le 30

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire

Le cas de la wilaya de Bejaia

novembre. Pour les raisons sanitaires défavorables, nous avons pu collecter et prendre en compte seulement 18 entreprises. Notre échantillon d'enquête était choisi aléatoirement, car aucun critère de sélection n'a été fixé.

4. Analyse et discussion des résultats

La wilaya de Bejaia, connaît un développement industriel, et commercial grâce à sa position géographique stratégique, et longeant la mer méditerranéenne sur près de 100 km de côte, elle est devenue en quelques années un véritable pôle industriel en matière d'attractivité.

La grande majorité du tissu que compte la wilaya de Bejaia se localise autours des zones appelées zones industrielles et par suite zones d'activités. Une diversification de type d'industrie : lourde, légère, et l'émergence des PME-PMI renforce la position qu'occupe la wilaya de Bejaia dans la production nationale.

Le secteur industriel public est composé de plus de 29 unités industrielles. Les industries textiles et du cuir à elle seulement composées de 06 grands complexes (03 à Bejaia ville - R'Mila - Kherrata et Akbou) occupe une grande partie (1/3) de la population occupée dans le secteur industriel (selon l'annuaire statistique de la direction de la planification et du suivi budgétaire, DPSB W. De Bejaia ; 2020, édition 2021) .Le secteur industriel privé, quant à lui spécialisé dans la branche légère, des entreprises de secteurs PME/PMI.

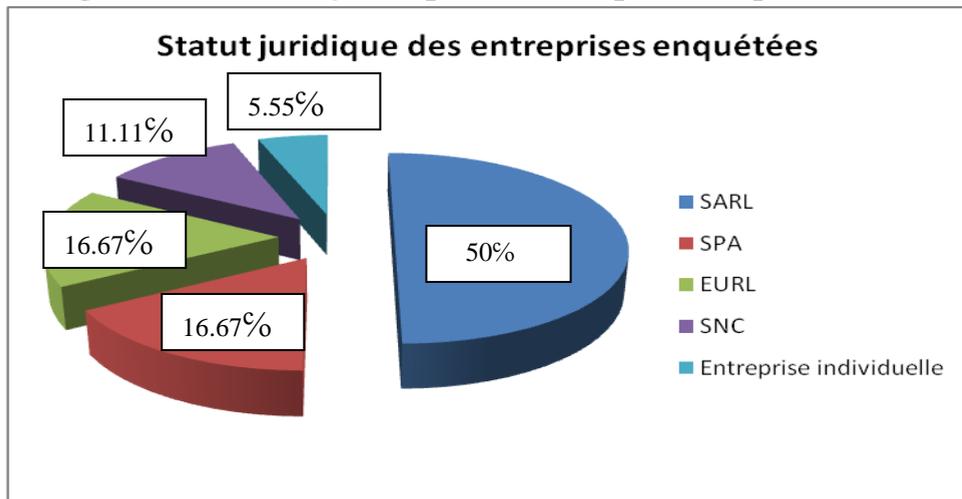
La wilaya de Bejaia commence à développer le secteur agroalimentaire et ce, grâce aux dynamismes des entrepreneurs locaux, ce secteur qui est jeune et dynamique. Après plusieurs années de négligence et d'abandon, vient de retrouver la place qui est la sienne dans les politiques du développement. Le secteur agroalimentaire privé y est très dynamique (Ifri, Sevital, Tchinq-lait, Danone,....etc.).

Nous avons choisi de concentrer notre analyse empirique sur le secteur agroalimentaire de la région pour des raisons précitées. Notre échantillon est composé de 18 entreprises œuvrent presque dans toutes les branches du secteur agroalimentaire. La nature juridique prédominante

quant au statut des entreprises enquêtées est celui des sociétés à responsabilité limitée (9 cas).

Nous notons une préférence pour les SARL qui sans doute dû aux avantages juridiques que représente cette forme. Suivi par trois SPA (société par action) et trois EURL (entreprise uniquement à responsabilité limitée).

Figure n°2 : Statut juridique des entreprises enquêtées



Source : Notre enquête, 2020.

S'agissant du taux d'encadrement varie, en moyenne, entre 6,33% et 17%. Il indique le poids des ressources humaines comme facteur de développement des pratiques d'innovation. Le rôle central de la R & D dans la création de nouvelles offres a incité les entreprises à investir lourdement dans cette activité. Le choix des niveaux d'investissements et l'analyse de leurs retours constituent l'une des premières questions managériales. En conséquence, la faiblesse des ressources humaines se manifeste à travers un taux d'encadrement technique et administratif très minime. Les raisons de cette faiblesse sont justifiées par le manque des moyens humains et financiers.

4.1 La technologie utilisée par les entreprises enquêtées

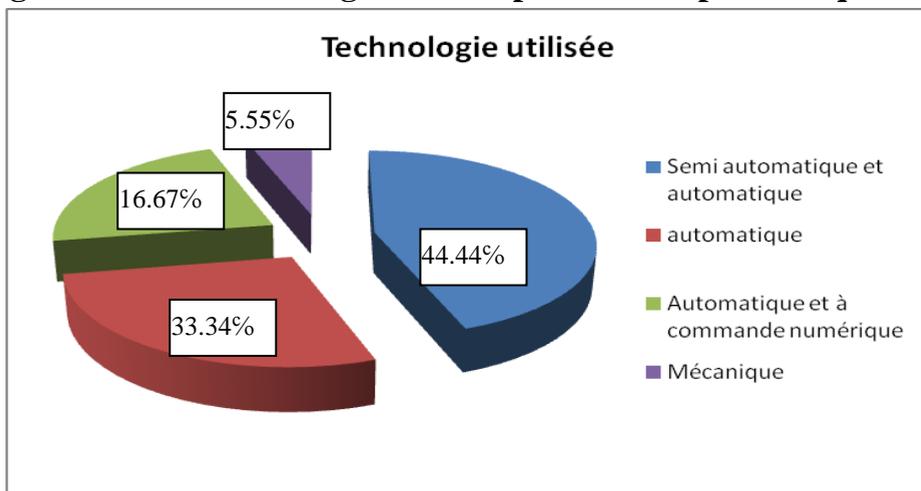
La technologie utilisée par les entreprises enquêtées répond aux besoins de leurs activités. Le recours aux ingénieurs étrangers pour résoudre leurs problèmes rencontrés avec les équipements sophistiqué est

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire Le cas de la wilaya de Bejaia

rare. Presque la moitié des entreprises enquêtées (8 cas) utilisent d'une technologie automatique et semi automatique. Suivi par l'automatique avec (6cas) et trois entreprises qui utilisent l'automatique et à commande numérique. Nous avons rencontré une seule entreprise (SNC Tijgouga Haddouche) qui utilise la mécanique. Les Objectifs technologiques se résument comme suit :

- Diminution des coûts de production
- Améliorer la qualité des produits
- Assurer la qualité des produits
- Le maintien des ventes
- Amélioration et fabrication des nouveaux produits

Figure n°3 : La technologie utilisée par les entreprises enquêtées



Source : Notre enquête, 2020.

4.2 Les catégories d'innovations rencontrées

L'innovation se rapporte aussi à l'ensemble des processus qui permettent de renouveler la demande pour les biens et services et de transformer les modèles économiques. Il s'agit d'un facteur clé pour permettre aux entreprises d'éviter la concurrence par les prix, en déplaçant les termes de l'échange (nouveau business model) et en créant des préférences spécifiques chez les clients à travers l'innovation d'offre et les politiques de différenciation.

Tableau n°2: Les catégories d'innovations rencontrées

Entreprises	Innovation de produit	Innovation de procédé	Innovation d'organisation	Innovation de commercialisation
SARL PRIMA VIANDE	-	-	-	-
MOULEX	Amélioration de la qualité de la semoule	Acquisition de machines pour déplacer les sacs de semoules	Nouvelle affectation des équipes de production	-
JUCTAR	Elargir la gamme des produits	-	-	-
FRULACT Algérie	Nouvelles préparations des fruits	Amélioration du processus de préparations des fruits	-	Offre à ses clients un service personnalisé, ou chaque concept, produit ou processus de fabrication est discuté et analysé en partenariat
COGB - Labelle	Lancement de nouveau produit (margarine 250g)	-	Mise en place d'un système de pointage électronique	-
Grands Moulins CHIBANE	Nouveau produit (le 1kg de farine supérieure)	-	Passer du système de 6 par équipe au système de 5 par équipe de production	-
EURL Moulina	Amélioration de la qualité de la farine	-	Adaptation du personnel de production à nouvelles demandes	-
SARL Grands	Amélioration	Installation	Installation	-

**Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire
Le cas de la wilaya de Bejaia**

Moulins	du produits (semoule)	d'un système de nettoyage	d'un laboratoire d'analyse de la qualité	
SARL ITHRI	-		-	-
SNC Tjgouga Haddouche	-	-	-	-
SARL SCOP	Elargir la gamme des produits (jus)	-	-	-
CEVITAL	Lancement de nouveau produit (margarine Matina 500 g et 250g), réhabilitation de l'unité de jus de fruit (El-Kseur)	Acquisition de machines à commandes numériques	Mise en place d'un système de management de la sécurité des denrées alimentaires (SMSDA), ISO 22000 et ISO 26000	Lancement de nouveau produit (Mayonnaise et un nouveau conditionnement pour le sucre)
MOLINO GRANI	Lancement de nouveau produit	Modification d'un système de nettoyage	-	-
DANONE-DJURDJURA	Lancement de nouveau produit	-	Préparations d'une certification ISO	-
GIPROLAIT	Nouveaux produits (Danao, Danette)	-	-	-
CONDI VOLAILE	-	Introduction de nouvelles machines pour l'abattage	-	-
LAITERIE GUELDMAN	Amélioration de la qualité	-	-	-

TCHIN LAIT	Lancement de nouveau produit (Candy, Viva)	Acquisition de machines à commandes numériques	Nouvelle répartition des tâches en fonction des compétences	-
------------	--	--	---	---

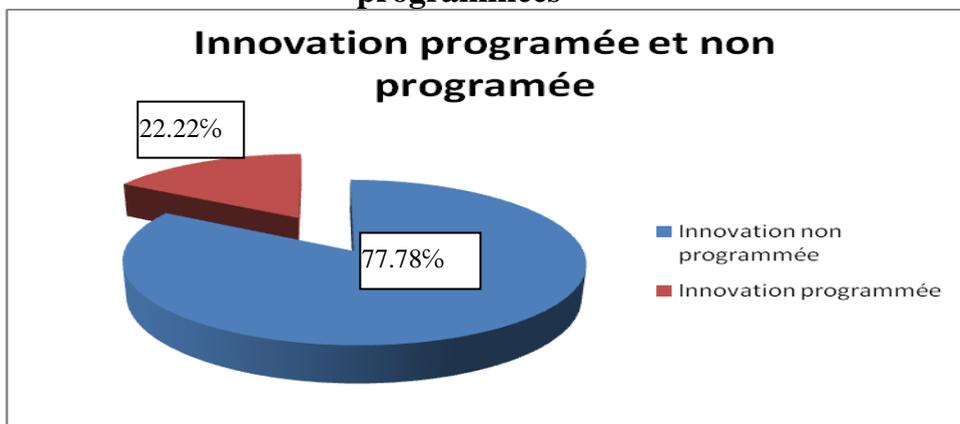
Source : Notre enquête, 2020.

Selon les données de ce tableau, nous pouvons déduire que les entreprises enquêtées font des efforts en matière d'innovation, mais les innovations rencontrées concernent seulement l'amélioration ou le renouvellement des produits existants. Nous tenons à préciser que les entreprises Cevital, Danone et Tchiv lait – Candia innoveront continuellement dans leurs offres, afin d'élargir leurs parts de marché.

4.3. La programmation d'innovation

L'innovation peut prendre des formes programmées ou non programmées. Elle est programmée dans la planification de la stratégie, ou bien instantanée, c'est-à-dire elle est réalisée dans un but de s'adapter aux changements de l'environnement. La plupart des cas, soit 77.78 % l'innovation est non programmée, puisque tout changement de ces entreprises dépend de la volonté du patron.

Figure N°4 : Innovations programmées et innovations non programmées



Source : Notre enquête, 2020.

4.4. Le management des activités de R & D

L'association des deux termes de recherche et de développement évoque bien le projet d'un tel département. Il s'agit de produire des

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire Le cas de la wilaya de Bejaia

connaissances dans un effort de recherche et les utiliser dans le développement et la mise au point d'un produit. De fait, les activités d'un département recherche et développement englobent tous les projets de recherche fondamentale, de recherche appliquée, de développement de produit, de production et d'assistance technique.

La moitié des entreprises étudiées, montre l'existence d'un laboratoire d'analyse et contrôle de qualité destiné à des fonctions traditionnels tels que : contrôle de conformité, hygiène, analyse de la qualité,...mais, cette structure n'est pas destinée à la recherche et développement. Le reste fait appel aux laboratoires extérieurs.

Conclusion

Notre travail de recherche s'est donné pour ambition de mettre en évidence les défaillances organisationnelles, structurelles et managériales des PME de la wilaya de Bejaia face à l'innovation.

À l'insu de notre étude empirique réalisée auprès de 18 entreprises situées dans les zones de la wilaya de Bejaia, nous avons conclu que l'activité de l'innovation reste insignifiante dans les entreprises enquêtées. Les innovations rencontrées ne sont pas le fruit d'un processus planifié, organisé autour des pratiques managériales dédiées spécifiquement à l'innovation mais, il s'agit plutôt, de routines dynamiques et d'efforts individuels (cadre, dirigeant ou patron). L'état actuel du marché algérien qui favorise la logique rentière pousse les entreprises à se contenter d'acheter et de consommer la technologie. Elles ne sont pas engagées dans une démarche créatrice, elles demeurent de simples réceptacles qui se limitent à la simple acquisition des technologies dont elles ont besoin.

Comme l'innovation est un processus complexe et conversationnel dans lequel intervient une multitude d'acteurs, il est donc recommandé aux entreprises algériennes désireuses d'augmenter leur chance de maintenir leur position concurrentielle et d'affronter la concurrence de plus en plus rude, d'intégrer l'innovation dans leur stratégie de développement. Pour arriver, il est impératif de bien manager les connaissances et cela passe par

la mise en place d'un bon système de gestion de ces connaissances afin de générer de façon idéale de nouvelles idées, qui peuvent nous amener ensuite à innover. Il est aussi fondamental de circuler le partage de nouvelles connaissances afin d'encourager la génération d'idées et la créativité, cette dernière est l'essence même de l'innovation.

7. Liste Bibliographique:

1-Akrich, M., Callon, M., & Latour, B., A quoi tient le succès des innovations ? Annales des Mines, Numéro 11, 1998.

2- Aghion P., Les défis d'une nouvelle théorie de la croissance, L'Actualité économique, 78(4), 459–486, 2002.

3- Annuaire statistique de la direction de la planification et du suivi budgétaire, DPSB W. De Bejaia ; 2020, édition 2019.

4- Drucker .P, Innovation and entrepreneurship: Practice and principles, the academy of management review, 1987.

5- Duchamp R., Méthodes de conception de produits nouveaux. Paris: Hermes Science Publications, 1999.

6- Manuel de Frascati, Méthode type proposée pour les enquêtes sur la recherche et le développement expérimental (pp.1–255), OCDE, 2005. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264299047-fr.pdf> . Consulté le 25/08/2020.

7-Freeman C. (1991). The nature of innovation and the evolution of the productive system. , Technology and Productivity: The Challenge for Economic Policy, 303–314.

8- Héraud J.A et Lachmann J, L'évolution du système de recherche et d'innovation : ce que révèle la problématique du financement dans le cas français, la revue Innovations, volume 1, n°46, 2015, page 40.

Les pratiques de l'innovation dans le secteur agroalimentaire Le cas de la wilaya de Bejaia

- 9- Garcia, R., & Calantone, R., A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: A literature review. *Journal of Product Innovation Management*, 19(2), 2002.
- 10- OCDE et Statistical Office of the European Communities, (2005). *Oslo Manuel : Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (No. 3; pp. 1–164). <https://doi.org/10.1787/19900414>. Consulté le 15/08/2020.
- 11- Perrin J., *Concevoir l'innovation industrielle*. Paris: CNRS Editions, 2001.
- 12- Rahmouni M., Motivations et déterminants de l'innovation technologique: Un survol des théories modernes, in *Cahiers du GRETHA*, n°2011-10, 2011.
- 13- Sander A., *Les politiques de soutien à l'innovation, une approche cognitive, le cas des Cortechs en Alsace*, Thèse de doctorat en sciences économiques, Paris, 2005.
- 14- Schumpeter J.A, « *Théorie de l'innovation économique* », Edition Dalloz, Paris. 1999.
- 15- Schumpeter, J.A, *Business cycles*. Mac Graw Hill, 1939.
- 16- Wang, C- L, & Ahmed, P-K, « Leveraging knowledge in the innovation and learning process at GKN ». *International Journal of Technology Management*, 27(6-7), 2004.